

The background features abstract geometric shapes in teal and grey. A large teal shape is at the top right, while various grey polygons of different shades and orientations are scattered across the white background, creating a modern, layered effect.

Guía didáctica

Posicionamiento orgánico en buscadores (SEO).

Nivel II

INTRODUCCIÓN

En este curso nos enfocaremos en mejorar y afinar tus habilidades de optimización SEO para lograr un mejor posicionamiento en los motores de búsqueda. A lo largo del curso, exploraremos temas como, la optimización y estrategias SEO, donde aprenderás a perfeccionar las técnicas necesarias para aumentar la visibilidad de tu sitio web.

Profundizaremos en la selección y análisis de palabras clave (keywords), uno de los pilares fundamentales del SEO, para atraer tráfico cualificado a tu sitio.

Y, por último, abordaremos el testeo del Plan SEO, una etapa crítica para medir y ajustar las estrategias implementadas, garantizando un rendimiento óptimo.

OBJETIVO GENERAL

Gestionar el posicionamiento orgánico en buscadores (SEO).

CONTENIDO FORMATIVO

	Posicionamiento orgánico en buscadores (SEO). Nivel II	60 horas
UA1	Optimización y estrategias SEO <ul style="list-style-type: none"> • Introducción y objetivos • Tendencias de uso y consumo digital • Calendario de accesiones de optimización del plan • Métricas e indicadores clave de las acciones SEO y de marketing de contenidos • Estrategias y monitorización del SEO • SEO OnPage: Fase del plan, técnicas y medición • SEO OffPage: Fases del plan, técnicas y medición 	28,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	29
UA2	Palabras clave (Keywords) y testeo del plan SEO <ul style="list-style-type: none"> • Introducción y objetivos • Palabras clave o keywords: Técnicas y herramientas para su definición • Experiencia de usuario aplicada a campañas de marketing de contenidos • Análisis de resultados de campañas de marketing y de posicionamiento orgánico • Buyer persona y mapas de empatía de cliente • Acciones de posicionamiento orgánico dentro del plan: Acciones, tipos, objetivos y adecuación de cada una • Comportamiento de usuario y analítica web • Métodos de testeo y selección de contenidos: Test A/B 	29,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	30
	Prueba final de evaluación	1